

СМОЛОВИК Р.Ф., к.е.н., проф., каф. ЕАиУ, НТУ «ХПИ»

ТОКАРЬ Н.Б., асс., каф. ЕАиУ, НТУ «ХПИ»

БОНДАРЕНКО А.Н., асс., каф. ЕАиУ, НТУ «ХПИ»

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРЫ, СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Важную роль в функционировании предприятия ресторанного бизнеса играет культура предпринимательства. Она не только обеспечивает высокий престиж предприятию, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и услуг, и, следовательно, увеличению доходов. Существуют различные трактовки понятия «культура предпринимательства». Так, Р. Рююттингер считает, что культура предпринимательства – это система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях. Представления о ценностях позволяют ответить на вопрос, что является важным для предприятия ресторанного бизнеса, а убеждения позволяют понять, как должно функционировать предприятие и как им следует управлять.

Менеджеры О. Нойбергер и А. Компа к организационной культуре относят сумму убеждений, ценностей, правил, которые делают

предприятие ресторанного бизнеса единственным в своем роде.

Наиболее полное и развернутое определение дает В. Д. Козлов [5], отмечая, что культура предпринимательства «есть система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства данной организационной структуры, показаний удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентифицирования работников с предприятиями и перспективами развития».

Таким образом, культура организации предпринимательской деятельности определяет климат, стиль взаимоотношений, ценности предприятия. Любая вновь возникшая организационная структура в сфере ресторанного бизнеса вырабатывает свою культуру, которая предопределяет место этой структуры, ее внутренние и внешние отношения и является как бы образцом, стереотипом при формировании стратегии, распределении власти, принятии решений, в поведении персонала. Сущность культуры любой организации в сфере обслуживания выражается в предписаниях, принятых ритуалах и церемониях, а также в образцах неформального поведения [3].

Назначение культуры предпринимательства связано с решением двух основных проблем: выживанием в данной социально-экономической среде и обеспечением внутренней интеграции для достижения поставленных целей. Однако следует иметь в виду, что культура предприятия не является монолитным блоком. На каждом крупном предприятии отделы, управления, администрации имеют разные субкультуры, повторяющие структуру самого предприятия. Основные факторы, влияющие на культуру предприятия: цели предприятия; его система ценностей и идей; принятые на предприятии стандарты и правила; формальные и неформальные каналы коммуникаций и т.д. Элементы предпринимательской культуры формируются как под воздействием опыта деятельности данного предприятия, так и в результате установок его лидеров.

Философия, этика, культура деятельности предприятия определяется общими формулировками, положенными в основу целей его деятельности. Философия предприятия является по существу объяснением существования и деятельности предприятия дает картину его управления и основополагающие

представления о том, чем собственно предприятие должно являться.

В философии предприятия конкретизируются основные ценности, которые для сотрудников должны служить ориентирами в их деятельности.

Список литературы:

1. *Бенедиктова В.И.* О деловой этике и этикете / *В.И. Бенедиктова.* – М.: Фонд «Правовая культура», 1994;
2. *Мищенко В.А.* Практический менеджмент / *В.А. Мищенко, Р.Ф. Смолвик.* – Х.; Издательский дом «ИНЖЭК» 2005. – 391 с.;
3. *Смолвик Р.Ф.* Этика и этикет предпринимательской деятельности: Учебное пособие / *Р.Ф. Смолвик, Н.А. Давыдова.* – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 100 с.